



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ingeniería Industrial

Unidad de Posgrado

**La industria de la cerveza artesanal en el Perú y su
proyección en el mercado peruano**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Ingeniería
Industrial

AUTOR

Eleazar Roberto QUISPE OREJÓN

ASESOR

Teonila Doria GARCÍA ZAPATA

Lima, Perú

2018



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Quispe, E. (2018). *La industria de la cerveza artesanal en el Perú y su proyección en el mercado peruano*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ingeniería Industrial, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.



UNIVERSIDAD NACIONAL
MAYOR DE SAN MARCOS

Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA

UNIDAD DE POSGRADO

ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 10-UPG-FII-2018

SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO
DE MAGISTER EN INGENIERÍA INDUSTRIAL

En la ciudad de Lima, del día nueve del mes de mayo del dos mil dieciocho, siendo las diez horas, en acto público se instaló el Jurado Examinador para la Sustentación de la Tesis titulada: **"LA INDUSTRIA DE LA CERVEZA ARTESANAL EN EL PERÚ Y SU PROYECCIÓN EN EL MERCADO PERUANO"**, para optar el Grado Académico de Magister en Ingeniería Industrial.

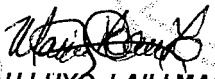
Luego de la exposición y absueltas las preguntas del Jurado Examinador se procedió a la calificación individual y secreta, habiendo sido..... APROBADO..... con la calificación de..... DIECISIETE.....

El Jurado recomienda que la Facultad acuerde el otorgamiento del Grado Académico de Magister en Ingeniería Industrial, al **Bach. QUISPE OREJÓN ELEAZAR ROBERTO**.

En señal de conformidad, siendo las 11:20 horas se suscribe la presente acta en cuatro ejemplares, dándose por concluido el acto.


Dr. INCHE MITMA, JORGE LUIS
Presidente


Dr. SANTOS DE LA CRUZ, EULOGIO GUILLERMO
Miembro


Dra. LAU LUYO, LAILI MARIA
Miembro


Mg. RIVERA POMA, JUAN MANUEL
Miembro


Dra. GARCÍA ZAPATA, TEONILA DORÍA
Asesora

Resumen

La presente investigación se realizó con la finalidad de conocer las barreras que tienen los emprendedores de cerveza artesanal peruanos, que impide el incremento de su oferta de producción. Para conocer este impacto se aplicó un cuestionario y entrevistas a productores de cerveza artesanal de Lima Metropolitana y a consumidores de un segmento de mercado, encontrándose que la preferencia de los emprendedores de realizar promoción y publicidad en redes sociales es ineficiente. Un significativo porcentaje de emprendedores orienta sus productos a un amplio segmento de mercado. El sistema mixto de pago del impuesto selectivo al consumo es visto por el emprendedor como injusto y considerado un elemento que eleva el precio de sus productos. El consumidor aprecia el atributo sabor de la cerveza y muestra su disposición en pagar un precio alto.

Palabras clave: emprendedor, microcervecero, marketing y cerveza.

Summary

This research was conducted in order to understand the barriers that Peruvian entrepreneurs craft beer, which prevents increasing their production supply. To meet this impact a questionnaire and interviews with producers of craft beer consumers in metropolitan Lima and a market segment was applied, being the preference of entrepreneurs to carry out promotion and advertising on social networks is inefficient. A significant percentage of entrepreneurs focuses its products to a broad market segment. The mixed system of payment of excise tax is seen as unfair by the entrepreneur and considered an element that raises the price of its products. The consumer appreciates the taste of beer attribute and shows its willingness to pay a high price.

Keywords: entrepreneur, craft beer, brewers, marketing and beer.